

ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi terbentuknya opini publik bahwa perusahaan ini mampu melayani kebutuhan publik dengan baik, sehingga dari situ juga, citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) semakin meningkat baik. Media akan sangat mempengaruhi opini publik mengenai bisnis dan kinerja PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Daop VI Yogyakarta yang membutuhkan dukungan media massa dalam berhubungan dengan publik eksternal. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas *media relations* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas dan kendala-kendala *media relations*. Tujuan *media relations* bagi PT. Kereta Api Indonesia Daop VI Yogyakarta adalah untuk membangun komunikasi dengan publiknya, dan mengkomunikasikan aktivitas-aktivitas, program kerja, rencana, serta berbagai hal yang bersangkutan dengan organisasi atau perusahaan tersebut kepada masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilaksanakan dengan observasi, wawancara narasumber, dan mencatat data yang sudah ada. Aktivitas *media relations* yang dijalankan Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta sudah berjalan dengan baik walaupun ada beberapa kendala. Hasil yang dicapai Humas dalam kegiatan *media relations* tersebut yaitu Humas dapat memahami dan melayani wartawan dengan baik, Humas dipercaya oleh para wartawan dan awak media, hubungan personal antara Humas dengan para wartawan erat dan harmonis, Humas juga dapat membantu mencapai tujuan perusahaan melalui aktivitas-aktivitas *media relations* yang dilakukan.

ABSTRACT

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) continually gets effort to increase service quality after be formed that public opinion corporate it can service public requirement with every consideration, so of there also, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) corporate progressively good increase. Media will really regard public opinion hits to carry on business and corporate performance. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) notably Daop VI Yogyakarta that need mass media support in is engaged external public. Problem formula in observational it is how activity relations's media PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta. To the effect of observational it is subject to be know activity and constraint relations's media. To the effect relations's media to PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta is subject to be build communication with its public, and communication activities, works program, plan, and pertinent things with organization or that firm to society. Method that is utilized in this research utilize kualitatif's descriptive method. Executed data collecting with observation, narasumber's interview, and notes existing data. Activity relations's media one that carried on by corporate public relations. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop VI Yogyakarta was walking with every consideration despite of umpteen constraint. Result that reached by public relations in activity relations's media that which is public relations gets the picture and service reporter with every consideration, trusted public relations by reporters and media body, personal's relationship among public relations with reporters hand in glove and harmonious, public relations can also help to reach corporate via activities relations's media one that is done.